

«Je me perçois comme un styliste du sonore»

Le graphiste anglais **Peter Saville** a dessiné certaines des pochettes d'albums les plus connues des années 1980 et 1990. Une connivence entre l'image et le son qu'il a par la suite transposée au monde de la mode et de la publicité

texte: **Julie Zaugg**

Un entretien avec Peter Saville tient davantage d'une session de vivisection que d'une banale causerie. A intervalles réguliers, l'homme de 69 ans se prend la tête dans les mains, ferme les yeux en quête du terme exact qui traduira sa pensée virevoltante, puis décrit avec une précision chirurgicale les étapes de son parcours. Soit une carrière intrinsèquement liée à la musique, notamment à la scène de Manchester et au label Factory Records, qui lui ont permis de faire ses armes et de se faire connaître en dessinant les pochettes de formations cultes, telles que Joy Division et New Order. Cette notoriété lui a ouvert des collaborations avec des artistes comme OMD, Peter Gabriel et Pulp. Dans un deuxième temps, il a réorienté sa pratique vers

la mode et la publicité, illustrant les campagnes de Yohji Yamamoto et Dior, réimaginant le logo de Burberry, dessinant une basket pour Adidas et créant un jersey pour l'équipe anglaise de foot, sans jamais se départir de son amour pour la pop culture contemporaine. Interview avec cet expert du visuel tant marqué par l'univers du son.

Comment êtes-vous arrivé dans l'orbite de Factory Records?

J'ai étudié le graphisme à Manchester au milieu des années 1970. A l'époque, la ville ne comportait pas de scène d'art contemporain. La seule culture visuelle qui m'était familière était celle des pochettes de disques. Et cet univers venait d'être dynamité par l'arrivée du punk, un courant musical qui avait ouvert tout grand les portes de l'industrie musicale. Chacun pouvait être impliqué s'il le souhaitait, court-circuitant les institutions établies. Je me suis donc retrouvé à proposer mes services à Tony Wilson, un présentateur de TV local qui

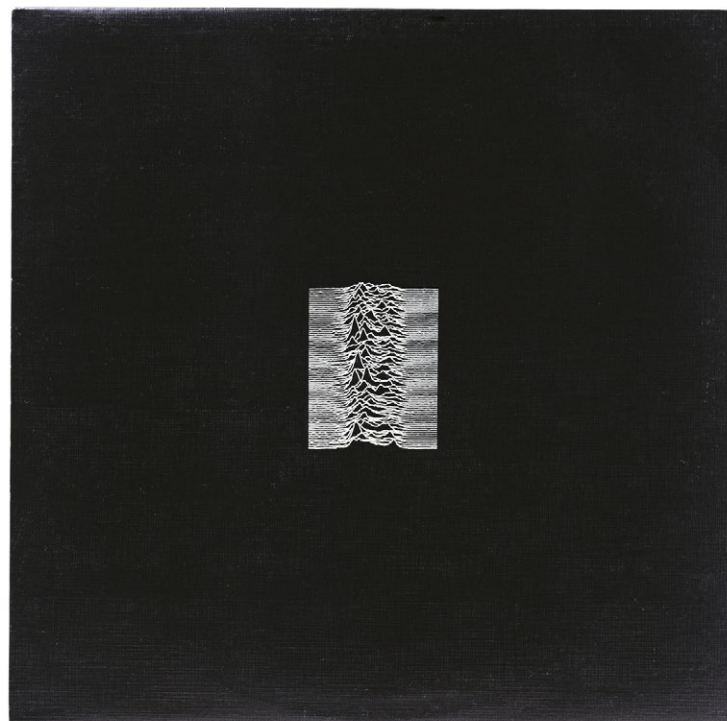
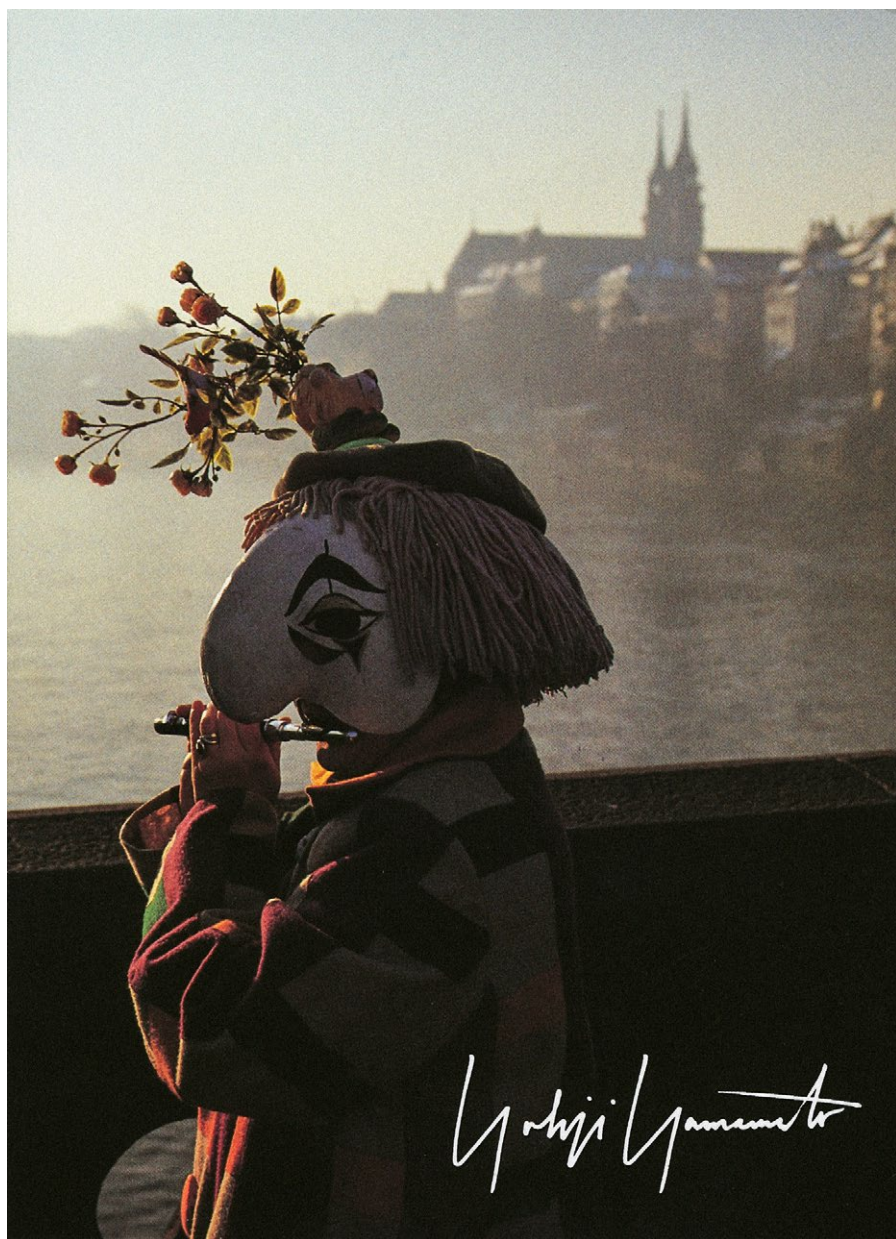
cherchait à faire émerger une scène musicale à Manchester. Cela a débouché sur la fondation de Factory Records et de The Hacienda, une boîte de nuit. Nous fonctionnions comme un collectif artistique: il n'y avait pas de structure hiérarchique, ni de règles ou d'obligation de rentabilité. Sur le front visuel, cela m'a conféré une liberté sans précédent, surtout dans le contexte d'un bien produit en masse.

Racontez-nous la genèse de la «cover» de l'album «Unknown Pleasures» de Joy Division, devenu plus connue que la musique qu'il contient?

Il s'agit de mon premier travail d'importance. Bernard Sumner [le guitariste de Joy Division] m'avait apporté un diagramme montrant →



- Point de départ de la carrière de Peter Saville, la pochette iconique de l'album «Unknown Pleasures» de Joy Division, réalisée en 1979.
- ↓ Il a également illustré le travail de nombreux créateurs de mode, dont celui du Japonais Yohji Yamamoto.



MUSIK-AKADEMIE DER STADT BASEL
 Direktor: Dr. h.c. Paul Sacher

Fünf
 Orchesterkonzerte
 Sommer 1969

10. Juni, 20.15 Uhr im Musiksaal des Stadttheaters	Thibaud Bozet Scherzo	Wintowski Konzert op. 24 Violine	Charpentier Konzert Violine	R. Strauß Bühnen Klavier	Leitung: Jörg Wymannbach Orchester der BSG
14. Juni, 20.15 Uhr im Musiksaal des Stadttheaters	Glasser Konzert op. 14 Klavier	Martini Konzert B. 10 Klavier	Mozart Gef. für zwei Sopran, Altus	Brecht Konzert 2. und 3. Violine	Leitung: Erich Schmid Orchester der BSG
19. Juni, 20.15 Uhr im Musiksaal des Stadttheaters	Mozart Konzert KV 713 Flöte	Beethoven Konzert No. 2 Klavier	Debussy Konzert No. 1 Klavier		Leitung: Joseph Boyer Orchester der BSG
17. Juni, 20.15 Uhr im Musiksaal des Stadttheaters	Haydn Konzert D. 487 Viola/Violine	Händel Konzert Viola	Bartók Konzert No. 1 Klavier		Leitung: Paul Sacher Orchester der BSG
19. Juni, 20.15 Uhr im Großen Saal des Musik-Klassikers	Beethoven Fremdenliebe Operette	Haydn Konzert D. 487 Klavier	Shostakowitsch Konzert G. 1 Viola/Violine	Mozart Konzert KV 415 Hofoper	Leitung: Schuler der Dirigentenklasse Kommunales Orchester

Programme als Eintrittskarten zu | Franken
 produziert von Welter für das berufliche Veranstaltungsbüro
 bei Hug & Co. und an der Abendkasse

↗ La «cover» de l'album «Power, Corruption & Lies» de New Order, sorti en 1983, a été l'une des dix pochettes d'albums commémorées par un timbre-poste émis par la Royal Mail, en 2010.

→ Une des influences de Peter Saville à ses débuts, le typographe suisse Jan Tschichold, dont il admirait «la sublime exactitude, la rigueur et la nuance de son travail, exprimées avec si peu d'éléments».

les ondes électromagnétiques émises par le tout premier pulsar [une étoile à neutrons en rotation rapide] jamais détecté. J'ai réimaginé cette image atemporelle d'une étoile morte en inversant les couleurs, de sorte que les ondes blanches figurent sur un fond noir. J'ai également choisi de ne pas inclure de texte sur la pochette, une décision radicale à l'époque, afin d'y faire figurer uniquement ce schéma énigmatique flottant dans l'espace noir. La pochette en elle-même ne vous dit pas grand-chose sur la musique, mais cela laisse la place à l'interprétation. Certains y ont vu un battement de cœur, par exemple. Il s'est ensuivi dix ans de collaboration avec Joy Division, puis avec New Order, durant laquelle ils faisaient des disques et je mettais leur musique en images. J'ai toujours cherché à les inclure dans le processus et à obtenir leur approbation, mais cela est devenu de plus en plus difficile au fil du temps.

Dans quelle mesure avez-vous été influencé par l'identité sonore des groupes dont vous dessiniez les pochettes?

On imagine toujours que le graphiste écoute l'album avant d'en dessiner la pochette. Mais dans les faits, les visuels doivent en général être terminés en même temps que l'album. Il ne m'est que très rarement arrivé de prendre connaissance de la musique en amont. Je me vois comme un consultant visuel pour l'artiste, un styliste du sonore. Si la pochette n'est pas intrinsèquement liée à la musique sur l'album, elle contient des éléments du son, du look et de l'attitude du groupe. Je me dois de comprendre où il se situe dans le panthéon de la culture pop à un moment donné et d'en produire une équivalence visuelle. Il y a des moments de congruence exquise. Pour la *cover* de *Power, Corruption & Lies* de New Order, sorti en 1993, j'ai choisi un tableau montrant une nature morte de roses de Henri Fantin-Latour, un peintre du XIXe siècle, assorti d'un diagramme contenant de l'information codée par couleurs. Or, sur l'album, on trouve une juxtaposition de cordes harmonieuses et de beats électroniques. Sans le savoir, New Order et moi étions tous deux occupés à explorer la fusion entre le passé et l'avenir.

A l'inverse, avez-vous l'impression que vos pochettes ont influencé la perception de la musique qu'elles ont illustrée?

Dans bon nombre de cas, la réputation des groupes était déjà faite et je n'ai donc pas eu l'occasion de la façonner. Mais en 1986, on m'a demandé de créer une pochette pour l'album *So* de Peter Gabriel. Il n'aimait pas se mettre en avant et sur ses précédentes *covers*, il apparaissait souvent à moitié dissimulé. Mais cet album était différent: il s'agissait d'un disque magistral qui avait le potentiel de l'introduire à un public plus large. Il fallait un visage pour aller avec l'album. Je devais l'aider à entrer en connexion avec ses auditeurs [il en a résulté une pochette avec un portrait noir blanc de Peter Gabriel, l'air légèrement hanté, et *So* s'est vendu à plus de cinq millions d'exemplaires]. Un autre exemple a trait à New Order. Suite au décès de Ian Curtis [le chanteur de Joy Division], les trois membres restants n'avaient aucune envie de prendre sa place et de devenir des *pop stars*. Ils évitaient les photos et les interviews. Les visuels que je leur ai fournis dans les années qui suivirent sont en quelque sorte venus combler ce vide, devenant l'identité par défaut du groupe.

Qu'en est-il aujourd'hui, alors que le format de l'album a perdu de son importance, remplacé par le streaming?

Nous sommes aujourd'hui alimentés par un flux incessant d'informations visuelles disséminées sur des plateformes comme YouTube,

«Quand je dessine une pochette de disque, je prends rarement connaissance de la musique en amont»

Instagram et TikTok. Dans ce contexte, la pochette de disque a été réduite à une icône de petite taille sur Spotify. Elle est devenue le fax des années 2020. Mais elle a en parallèle été ravivée par la fétichisation qui a émergé autour de l'objet du vinyle, que je considère comme une expression de la nature adolescente prise par la culture contemporaine. Tous ces gens d'âge moyen qui achètent des vinyles pour revivre leur jeunesse... Pour ma part, je ne perçois plus la pochette d'album comme un médium de communication pertinent.

La seconde partie de votre carrière a été consacrée à la mode et à la publicité. Vous êtes-vous entièrement détaché du monde de la musique?

En raison de mes goûts musicaux personnels - de mon amour pour des artistes comme David Bowie et Roxy Music - j'ai toujours perçu la musique, la mode et l'art comme différentes facettes d'un même tout, comme des manifestations d'un certain *Zeitgeist*. Ces médiums permettent chacun, à leur manière, de refléter le sentiment commun d'une génération donnée. Ils donnent le tempo du présent. Lorsque j'ai réalisé deux campagnes pour Yohji Yamamoto au début des années 1990, j'ai volontairement évité de montrer les vêtements. A l'époque, il n'y avait rien de plus contemporain. Mon travail a toujours été informé par cette envie de traduire en images les tendances du présent. Sans doute par vanité, car je souhaitais si ardemment être moi-même associé à cette coolitude.

Votre œuvre comporte de nombreuses références aux canons de la typographie suisse. Quel est votre rapport à cette tradition?

Lorsque je faisais mes études, le style typographique dominant était celui de l'école new-yorkaise de Milton Glaser, mais je trouvais que cela manquait de nuance, de sophistication. C'est alors que je suis tombé, sur le conseil d'un ami, sur une pile de livres dédiés aux canons historiques de la typographie, à la bibliothèque. L'un d'eux évoquait le Suisse Jan Tschichold. J'ai aussitôt été fasciné par la sublime exactitude, la rigueur et la nuance de son travail, exprimées avec si peu d'éléments. A l'époque, personne n'avait songé à s'approprier ce style dans l'univers de la musique, lui conférant un air neuf. Je m'en suis notamment inspiré pour dessiner les affiches de Factory Records. ●